

BISNIS KEDAI MAKANAN SATE ASIN PEDAS

DI KOTA BANJAR PATROMAN

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan

studi pada Program Diploma III



Oleh :

AGRILIA FIRSA IVANKA

NIM: 2022406087

PROGRAM STUDI

SENI KULINER

JURUSAN HOSPITALITI

POLITEKNIK PARIWISATA NHI

BANDUNG

2025

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : AGRILIA FIRSA IVANKA
Tempat/Tanggal Lahir : CIAMIS/ 20 JULI 2002
NIM : 2022406087
Program Studi : SENI KULINER
Jurusan : HOSPITALITY

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:

BISNIS KEDAI MAKANAN MAKANAN SATE ASIN PEDAS DI KOTA BANJAR PATROMAN

ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.

2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 15 Desember 2025

Yang membuat pernyataan,



AGRILIA FIRSA IVANKA
2022406087

LEMBAR PENGESAHAN

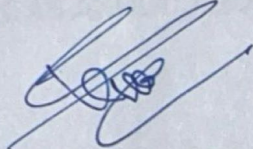
JUDUL TUGAS AKHIR

BISNIS KEDAI MAKANAN SATE ASIN PEDAS

DI KOTA BANJAR PATROMAN

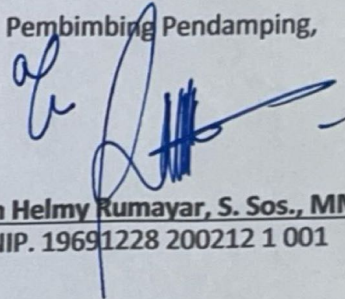
NAMA : AGRILIA FIRSA IVANKA
NIM : 2022406087
JURUSAN : HOSPITALITI
PROGRAM STUDI : SENI KULINER

Pembimbing Utama,



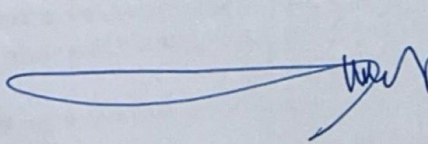
Syaeful Muslim, S.Pd., MM.
NIP. 19721019 200502 1 001

Pembimbing Pendamping,



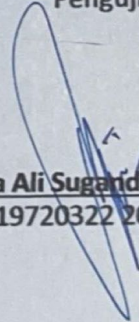
Christian Helmy Rumayar, S. Sos., MM.Par.
NIP. 19691228 200212 1 001

Penguji I,



Dadang Suratman, SST.Par., MM.
NIP. 19711210 200212 1 008

Penguji II,

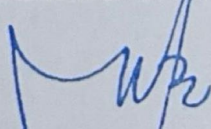


R. Sondjana Ali Suganda, S.Sos., MM Par.
NIP. 19720322 200502 1 001

Bandung, 12 Desember 2025

Mengetahui,

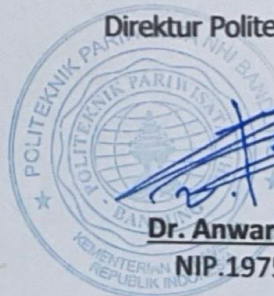
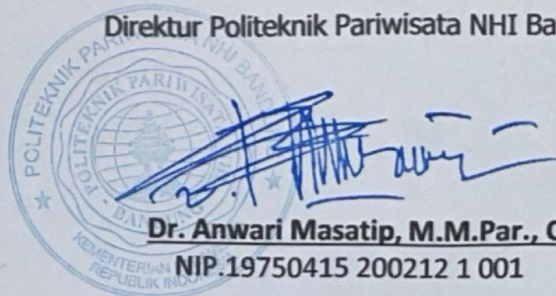
Kepala Bagian Administrasi Akademik
Kemahasiswaan dan Kerjasama



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE.
NIP. 19710316 199603 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Dr. Anwari Masatip, M.M.Par., CEE.
NIP.19750415 200212 1 001

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan Rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir yang menjadi salah satu syarat dalam menempuh dan menyelesaikan Program Diploma III, Jurusan Hospitaliti, Program Studi Seni Kuliner di Politeknik Pariwisata NHI Bandung, dengan judul “ **BISNIS KEDAI MAKANAN SATE ASIN PEDAS DI KOTA BANJAR PATROMAN**”.

Dalam penyusunan Tugas akhir ini ini, penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan bantuan dari semua pihak, sangatlah sulit bagi penulis untuk dapat menyelesaikan Usulan Penelitian ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada beberapa pihak yang telah memberikan bantuan secara langsung ataupun tidak langsung, Ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Anwari Masatip, S.Sos., MM.Par. selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM. Par., CHE. selaku Kepala Bagian Akademik dan Kemahasiswaan Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak Pudin Saepudin, SST. Par., MP. Par.,1CHE. selaku Ketua Jurusan Hospitaliti Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Bapak Rusna Purnama, SE.,MM. selaku Ketua Program Studi Seni Kuliner Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
5. Bapak Syaeful Muslim, S.Pd., MM selaku dosen pembimbing utama yang telah bersedia memberikan dukungan serta arahan bimbingan dalam Usulan Penelitian

6. Bapak Christian Helmy Rumayar, S.Sos., MM.Par. Selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah bersedia meberikan dukungan, arahan serta bimbingan dalam Usulan Penelitian.
7. Seluruh Staf Pengajar dan Administrasi Seni Kuliner yang telah memberikan semangat, dukungan, serta motivasi dalam segala proses mengenai Usulan Penelitian.
8. Kedua Orang Tua penulis yang memberikan dukungan secara materi maupun non materi.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan Tugas Akhir ini, oleh sebab itu penulis dengan senang hati menerima saran dan kritik positif dari pembaca untuk perbaikan karya tulis ini.

Penulis berharap Tugas Akhir ini dapat bermanfaat dan memberikan referensi yang baik bagi para pembaca, khususnya mahasiswa POLTEKPAR NHI Bandung.

Bandung, 10 November 2025

Agrillia Firsia Ivanka

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Gambaran Umum Bisnis	3
1.2.1 Deskripsi Bisnis	3
1.2.2 Deskripsi Logo dan Nama	5
1.2.3 Identitas Bisnis.....	7
1.3 Visi dan Misi	9
1.3.1 Gambaran Umum Model Bisnis	10
1.4 Sumber: Olahan Penulis, 2025	13
1.5 Spesifikasi Produk	13
1.6 Jenis Badan Usaha.....	15
1.7 Aspek Legalitas	16
BAB II ASPEK PRODUK / JASA	18
2.1 Daftar dan Deskripsi Produk / Jasa	18
2.2 Analisa Keunggulan Produk/Jasa	22
2.3 Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi	24
2.4 Penyajian dan kemasan Produk	25
2.5 Mekanisme Quality check	27
BAB III RENCANA PEMASARAN	32
3.1 Riset Pasar (Segmenting, Targeting, Positioning).....	32
3.2 Validasi Produk	36
3.3 Kompetitor.....	39
3.4 Program Pemasaran	41
3.5 Media Pemasaran	45
3.6 Proyeksi Penjualan	47
BAB IV ASPEK SDM DAN OPERASIONAL	49
4.1 Identitas Owner/Founders	49
4.2 Struktur Organisasi.....	51

4.3 Job Analysis dan Job Description	52
4.4 <i>Manning Budget</i> / Anggaran Tenaga Kerja.....	55
4.5 Service Scape (<i>Layout / Flow</i>)	56
4.6 Action Plan & Report	58
BAB V ASPEK KEUANGAN	61
5.1 .Metode Pencatatan Akuntansi	61
5.2 <i>Capital Expenditure</i> (Identifikasi <i>Initial Investment</i>)	62
5.2.1 Tangible Investment	63
5.2.2 <i>Intangible Investment</i>	65
5.2.3 Working Capital.....	65
5.3 .Pendanaan Investasi : (<i>Agency Theory</i>).....	66
5.4 .Penentuan Titik Impas dan Laba Yang Diharapkan.....	68
5.4.1 Variable Cost, Fixed Cost, dan Mixed Cost	68
5.4.2 Break Even Point (BEP)	69
5.4.3 <i>Cost Volume Profit</i> (CVP)	71
5.5 Identifikasi Cash Inflow & Outflow.....	71
5.5.1 Operating Budget.....	72
5.5.2 Cash Flow Projection.....	72
5.5.3 Pengaruh Makro Ekonomi (Inflasi, Pertumbuhan Ekonomi, dll).....	73
DAFTAR PUSTAKA	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Bussiness Model Canvas.....	10
Tabel 1.2 Analisis SWOT	13
Tabel 2.1 HITUNGAN HARGA JUAL SATE ASIN PEDAS SUKA SATE.....	19
Tabel 2.2 SELLING PRICE SATE ASIN PEDAS SUKA SATE.....	20
Tabel 2.3 KEMASAN PENYAJIAN PRODUK	27
Tabel 2.4 SOP KEDAI SATE ASIN PEDAS SUKA SATE	29
Tabel 2.5 (Lanjutan) SOP KEDAI SATE ASIN PEDAS SUKA SATE	30
Tabel 2.6 GENERAL CLEANING AREA SCHEDULE.....	30
Tabel 3.1 RESPONDEN CALON KONSUMEN SUKA SATE.....	37
Tabel 3.2 DATA PESAING SUKA SATE.....	40
Tabel 3.3 PROGRAM PEMASARAN SUKA SATE	43
Tabel 3.4 (Lanjutan) PROGRAM PEMASARAN SUKA SATE	43
Tabel 3.5 PROGRAM PEMASARAN SUKA SATE	44
Tabel 3.6 (Lanjutan) PROGRAM PEMASARAN SUKA SATE	45
Tabel 3.7 PROYEKSI PENJUALAN SUKA SATE	48
Tabel 4.1 RIWAYAT PENDIDIKAN	50
Tabel 4.2 PENGALAMAN BEKERJA	51
Tabel 4.3 JOB DESCRIPTION SUKA SATE.....	54
Tabel 4.4(Lanjutan) JOB DESCRIPTION SUKA SATE.....	55
Tabel 4.5 ANGGARAN TENAGA KERJA SUKA SATE.....	56
Tabel 4.6 ACTION PLAN SUKA SATE	59
Tabel 5.1 TANGIBLE INVESTMENT	63
Tabel 5.2(Lanjutan) TANGIBLE INVESTMENT	64
Tabel 5.3 INTANGIBLE INVESTMENT	65
Tabel 5.4 WORKING CAPITAL	66
Tabel 5.5 OWNER’S EQUITY	67
Tabel 5.6 VARIABLE COST	69
Tabel 5.7 FIXED COST.....	69
Tabel 5.8 BREAK EVEN POINT.....	70
Tabel 5.9 INCOME STATEMENT	72
Tabel 5.10 CASH FLOW PROJECTION	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Logo Bisnis Suka Sate	5
Gambar I.2 Lokasi Usaha Suka Sate	8
Gambar I.3 Nomor Induk Bisnis Suka Sate	17
Gambar II.1 DESKRIPSI PRODUK & KETERANGAN BAHAN MAKANAN	19
Gambar III.1 INSTAGRAM SUKA SATE	46
Gambar III.2 MEDIA CETAK SUKA SATE	47
Gambar IV.1 STRUKTUR ORGANISASI SUKA SATE	52
Gambar IV.2 LAYOUT SUKA SATE	57

EXECUTIVE SUMMARY

Nama Usaha : Suka Sate

Lokasi : Kota Banjar

Logo Usaha :

Gambar
Logo Usaha “Suka Sate”



Sumber: Olahan Penulis, 2025

Penjelasan Singkat : produk sate asin pedas terinspirasi dari kecintaan sang penulis terhadap sate dengan cita rasa asin pedas serta gurih dari koya, yang selalu menghadirkan kenikmatan tersendiri. Dari pengalaman pribadi itulah lahir ide untuk mengolahnya menjadi produk yang bisa dinikmati lebih banyak orang, dengan bumbu yang meresap , rasa gurih asin yang berpadu sempurna dengan pedasnya cabai yang telah di giling sempurna, serta penyajian yang praktis, Sate asin pedas ini dihadirkan untuk menemani berbagai momen makan para penikmatnya

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2001). *Building Strong Brands*. London: Free Press.
- Ampuero, O. &. (2020). Consumer perceptions of product packaging. *Journal of Consumer Marketing*, 37(3), 295-306.
- Baridwan, Z. (2016). *Intermediate Accounting*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Blank, S. &. (2020). *The Startup Owner's Manual: Step by Step Guide for Building Great Company*. Wiley.
- Blankson, C. &. (2014). Positioning strategies in business markets. *Journal of Business Research*, 1-10.
- Burhan, M. (2020). *Perencanaan Bisnis (Business Plan)*. Jakarta: UBHARJAYA Press.
- Das, A. &. (2020). The rise of ghost kitchens in the food delivery industry. *Journal of Business Research*, 563-570.
- Dess, G. L. (2016). *Strategic Management: Creating Competitive Advantages (8th ed.)*. New York: McGraw- Hill Education.
- Dessler, G. (2017). *Human Resource Management (15th ed.)*. London: Pearson Education.
- Dibb, S. &. (2016). *Marketing Essentials (2nd ed.)*. Cengage Learning EMEA.
- Evans, J. R. (2020). *Quality Management for Organizational Excellence (8th ed.)*. London: Cengage Learning.
- Garrison, R. H. (2018). *Managerial Accounting (16th ed.)*. New York: McGraw-Hill Education.
- Goetsch, D. &. (2016). *Quality Management for Organizational Excellence (8th ed.)*. London: Pearson.
- Grant, R. M. (2019). *Contemporary Strategy Analysis (10th ed.)*. Wiley.
- Griffin, R. W. (2013). *Management (11th ed.)*. South Western College Publishing.

- Hadi, S. &. (2020). Exploring the potential of cloud kitchens in urban area. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 76-85.
- Hadiyati, E. (2017). *Pemasaran Jasa: Strategi dan Inovasi dalam Industri Pelayanan*. Bandung: Alfabeta.
- Hansen, D. M. (2016). *Cost Management: Accounting and Control (8th ed.)*. Boston: Cengage Learning.
- Hardjosoekarto, S. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara.
- Hasbullah, R. (2022). *Teknik Penyusunan Laporan dalam Organisasi*. Jakarta: Pustaka Global Edu.
- Heizer, J. R. (2017). *Operations Management (12th ed.)*. London: Pearson Education.
- Hery. (2017). *Akuntansi Dasar*. Jakarta: Grasindo.
- Hery. (2017). *Akuntansi Manajemen: Pendekatan Konseptual*. Jakarta: Grasindo.
- Hery. (2017). *Manajemen Keuangan: Teori dan Praktik (Edisi Revisi)*. Jakarta: Grasindo.
- Horngren, C. T. (2015). *Cost Accounting: A Managerial Emphasis (15th ed.)*. Boston: Pearson Education.
- Indonesia, I. A. (2019). *Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM)*. Jakarta: IAI.
- JDIH Kab. Tangerang. (2025). Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum Kabupaten Tangerang. *Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum Kabupaten Tangerang*, 45-60.
- Kartajaya, H. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Khairandy, R. (2013). Eksistensi Usaha Perseorangan Pasca Lahirnya UU Cipta Kerja. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan* , 2488-2491.

- Kotler, P. &. (2016). *Marketing Management*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Kotler, P. &. (2018). *Marketing*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. K. (2017). *Marketing 4.0*. Wiley.
- Kusrianto, A. (2009). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
- Lovelock, C. &. (2016). *Services Marketing: People, Technology, Strategy (8th ed.)*. London: Pearson Education.
- Mahfud, M. H. (2020). Metode Penentuan Faktor-faktor Keberhasilan Penting dalam Analisis SWOT. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 113-125.
- Mangkunegara, A. A. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mathis, R. L. (2019). *Human Resource Management (15th ed.)*. Boston: Cengage Learning.
- Muhammad Idris. (2024, Desember 15). *Gaji UMR Kota Tangerang 2025 dan Seluruh Jabodetabek*. From KOMPAS.com: <https://money.kompas.com/read/2024/12/15/091003226/gaji-umr-kota-tangerang-2025-dan-seluruh-jabodetabek?l>
- Munawir, S. (2016). *Analisa Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty.
- Mussry, H. K. (2017). *Marketing 4.0 untuk Profesional dan Praktisi Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Oakland, J. (2014). *Total Quality Management and Operational Excellence (4th ed.)*. Routledge Education.
- Osterwalder, A. &. (2010). *Business Model Generation ; A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Pereira, A. S. (2022). The role of digital identity in business competitiveness. *Journal of Business and Technology*, 227-245.

- Porter, M. E. (2008). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performances*. London: Free Press.
- PPID Kabupaten Tangerang. (2025, Februari 24). *Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi*. From PPID: <https://ppid.tangerangkab.go.id/profil/letak-geografis>
- Pranowo, D. (2017). *Kewirausahaan Modern: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Setiawan, M. &. (2020). A popular food trend in Jakarta and its business potential. *Journal of Indonesian Culinary Studies*, 123-134.
- Siagian, S. P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Slack, N. B. (2016). *Operations Management (8th ed.)*. London: Pearson Education Limited.
- Stevenson, W. J. (2020). *Operations Management (14th ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Sukirno, S. (2020). *Pengantar Teori Makroekonomi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sulistiyanto, S. R. (2018). *Analisis Investasi dan Aplikasi pada Aset Tidak Berwujud*. Jakarta: Salemba Empat.
- Supriyono. (2016). *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: BPFY Yogyakarta.
- Suryadi, A. (2012). Pentingnya visi dan misi dalam mengelola suatu usaha. *Jurnal Asy-Syukriyyah*, 17-35.
- Sutisna. (2016). *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sutrisno, E. (2016). *Manajemen Keuangan: Teori dan Aplikasi*. Kencana.
- Siregar, A. (2020). *Analisis Kelayakan Investasi Menggunakan Metode Payback*
- Tandelilin, E. (2017). *Portofolio dan Investasi: Teori dan Aplikasi (Edisi Revisi)*. Yogyakarta: BPFY.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Pustaka.

- Trott, P. (2017). *Innovation Management and New Product Development (6th ed.)*. London: Pearson Education.
- Ulrich, K. T. (2016). *Product Design and Development (6th ed.)*. New York: McGraw-Hill Education.
- Ulwick, A. W. (2005). *What Customers Want*. McGraw-Hill: Pearson Education.
- Wahyuni, A. D. (2023). *Manajemen Proyek dan Strategi Implementasi*. Yogyakarta: Media Akademi Nusantara.
- Wang, Z. C. (2021). Managing food business innovation and consumer behavior. *Food Management Review*, 123-124.
- White, G. I. (2015). *The Analysis and Use of Financial Statements (3rd ed.)*. Wiley.
- Zhou, J. C. (2021). Consumer behavior towards online food delivery and the future of foodservice businesses. *Food Research International*, 109-121.